

VII Jornadas de Sociología de la UNLP
“Argentina en el escenario latinoamericano actual:
debates desde las ciencias sociales”
La Plata, 5, 6 y 7 de diciembre de 2012

El proceso de subjetivación de los jóvenes: entre la estigmatización y el control social. El análisis del abordaje televisivo a partir del programa "Calles Salvajes", Argentina (2008-2011).

Nancy Beatriz Schmitt¹

Resumen

Las investigaciones Foucoltianas permiten pensar el sujeto a partir de las prácticas concretas por las que el mismo es constituido como tal, normalizando sus costumbres o corrigiendo sus actos. Las mismas pueden englobarse en *prácticas de poder*, que delimitan *modos de actuar* y *prácticas de saber* que delimitan *modos de pensar*. A partir de esto, es posible considerar la *racionalidad de gobierno* como expresión de la conjunción de saberes-poderes cuyos efectos (sociales y mentales) constituyen a los sujetos.

En la sociedad de control, el tópico de la in/seguridad adquiere especial relevancia desplegando los dispositivos que permitan ejercer dicho control, para lo cual requiere de una “cultura del peligro” en la que los jóvenes aparecen como sujetos capaces de transgredir el orden deseable, siendo el ámbito de la nocturnidad el espacio considerado de mayor “riesgo”. Partiendo del supuesto de que los medios de comunicación, en especial la televisión, presenta a los jóvenes como la encarnación del caos, personificando en ellos la desgracia de la transgresión del orden neoliberal, el presente proyecto pretende analizar cómo el neoliberalismo, como racionalidad política, despliega sus dispositivos de saber-poder para constituir la subjetividad del joven entendido como “riesgo potencial”.

Palabras clave: biopolítica - subjetividad - control social - joven - riesgo potencial.

¹ Licenciada en Sociología (UBA), Magíster en Metodología de la Investigación Científica (UNLa), Doctoranda en Ciencias Sociales (UBA), Profesora Adjunta (concursada) e Investigadora en la Universidad Nacional de Lanús, Profesora del seminario de posgrado Metodología de la Investigación Científica (IDAES_UNSAM). Este trabajo es parte del Proyecto que co-dirijo con la lic. Natalia Ortiz Maldonado en la UNLa: *Neoliberalismo, subjetividad y seguridad. La construcción de una perspectiva transdisciplinaria sobre las representaciones sociales en el derecho y los medios de comunicación en la Argentina (1999-2010)*.

1. Introducción

En la sociedad actual, el avance de la racionalidad política neoliberal comienza a sustituir la vieja *sociedad disciplinaria* por una *sociedad de control* en la cual la subjetividad se gobierna trasladando la vigilancia externa a la obligación interna de la propia responsabilidad, donde el sujeto es estimulado a ser activo, a “tomar su destino en sus manos”. Ahora bien, se podría plantear que estas políticas no responden solo a una ideología, el conservadurismo neoliberal, sino que subyacen a los programas de gobierno de todo el espectro político, de allí la importancia de efectuar un análisis profundo del tema (Rose y Miller: 1992; Dean: 1999; Rose: 1999).

En esta sociedad de control, el tópico de la in/seguridad adquiere especial relevancia y articula una “cultura del peligro”: “peligro” y “riesgo” son inseparables de las maneras en que se gobierna lo viviente y permiten desplegar los dispositivos para ejercer el control social. Es así que las estrategias de la seguridad definen múltiples figuras de la “alteridad”, de los “otros peligrosos”, que variarán según los contextos.

En este sentido, y en el marco de la biopolítica neoliberal, la noción de joven aparece por contraposición a la de adulto, a quien se define como autónomo, capaz de ejercicio de la libertad y gobernado por la razón. El joven carecería de estos atributos, por lo que se vincularía su potencia al impulso, el afán de sensaciones y a la proximidad con el deseo, resultando la encarnación del *caos* en contraposición al *orden* representado por la vida adulta (Escobar: 2009). De allí la urgencia en educarlo, “encauzarlo”, “brindarle orientación”, integrándolo al modelo civilizatorio predominante.

Es así que, desde los dispositivos de saber-poder, al joven se lo interpela en tanto sujeto de derechos, “motor de cambio”, proyecto posible, al tiempo que personifica la transgresión de dicho orden, identificándolo como portador de violencia, muerte, adicción o hedonismo desenfrenado, siendo el ámbito de la nocturnidad el espacio considerado de mayor “riesgo”. Esto aparece claramente de manifiesto en el tratamiento que diversos programas de televisión ponen en el aire instalando en la agenda pública y política la “cuestión juvenil”, desplegando, a su vez, el cuerpo normativo. Es así que, desde el Estado, se busca incidir tanto en la participación de estos “nuevos ciudadanos” como en su “desviación” delinencial. Sin embargo, el cuerpo social se resiste y hoy incluso se habla de la emergencia del joven como un nuevo sujeto social, lo que muestra la heterogeneidad que emerge.

En este sentido, y en el marco de un proyecto de investigación más abarcador, en este trabajo se intenta un primer acercamiento a uno de los aspectos señalados: cómo se produce la

construcción social de los jóvenes como sujetos en “riesgo” y que, a su vez, representan un riesgo social. Si el discurso del progreso, con fuerte carga afectiva y simbólica en la sociedad moderna, ha planteado el futuro como lugar de sentido, es posible sostener que en la posmodernidad dicho discurso presenta ambivalencias y contradicciones ya que, en las últimas décadas, el discurso neoliberal fue tejiendo la idea de que lo joven representa, por un lado, la transgresión a los valores reinantes y, por otro, la juventud también aparece como periférica al sistema establecido por la sociedad capitalista. En consecuencia, la juventud sería a la vez “condición de posibilidad y riesgo de destrucción de la sociedad moderna” (Cabra; 2009: 33), de allí que se desplieguen dispositivos cuyo objetivo es el control de ciertos grupos de jóvenes.

Ahora bien, si la juventud no es homogénea, única, con una cierta posibilidad de constituirse como identidad, ¿cómo se presenta la “cuestión juvenil”?; ¿qué discursos se construyen sobre los jóvenes y su relación con la nocturnidad –como riesgo- y la corporalidad?; ¿qué representaciones se construyen sobre los vínculos con el alcohol y las drogas en dicho espacio?; ¿cómo se construye la identidad del joven pobre, marginal?; y ¿qué relación se establece entre pobreza, delincuencia y adicciones?.

A fin de responder a estos interrogantes, el presente trabajo pretende analizar cómo el neoliberalismo, como racionalidad política, despliega sus dispositivos de saber-poder para constituir la subjetividad del joven entendido como “riesgo potencial”. En un avance del proyecto de investigación, y partiendo del supuesto de que los medios de comunicación representan un elemento fundamental en la construcción de representaciones sociales y opinión pública, se analiza el programa “Calles Salvajes”, emitido por América TV a partir del año 2008, efectuando así un recorte espacio-temporal que abarca la región metropolitana, especialmente el conurbano bonaerense, entre los años 2008 y 2011.

2. Narrativas mediáticas: los nuevos imaginarios televisivos

En las últimas décadas, el discurso y el formato televisivo se han transformado, generando profundas modificaciones en la forma de establecer una relación comunicativa. Como plantea Imbert, esto se ha traducido en nuevos *ritos*, entendiendo por rito a un “dispositivo formal de prácticas recurrentes que transmiten una determinada representación de la realidad y cumplen una función social: la de crear/reforzar el vínculo con el medio compartiendo el mismo espectáculo, creando así un consenso en torno del ver” (1999:1). Dicho dispositivo cumple una *función reproductiva* a partir de su carácter repetitivo; una

función mostrativa gracias a los soportes físicos que le dan visibilidad social; una *función comunicativa* con una forma fuertemente codificada; y, finalmente, una *función persuasiva* gracias a que encierra una fuerte carga simbólica. Estas funciones se cumplen a partir de la instalación de verdaderos “escenarios” en los que se representa, al estilo teatral, la realidad a partir de la tendencia a acentuar los efectos, la espectacularidad e, incluso, la participación del espectador.

Por otro lado, junto con los ritos televisivos surgen nuevos *mitos* fundados en un contrato basado en el *ver* más que en el entender o comprender y que se expresa en la frase “lo vi en la tele”. Siguiendo a Imbert (1999) es posible identificar diversos mitos: el *mito de la transparencia* por el cual el “ver” equivale a “entender”; el *mito de la cercanía*, que equipara el “ver” con el “poseer”; el *mito del directo* que implica la abolición de la distancia enunciativa y narrativa; y el *mito de la intimidad* que implica que “ver más” equivale a “entender mejor”.

Se podría plantear que, a partir de esta serie de ritos y mitos, la televisión se convierte en un dispositivo eficaz de producción de la realidad, no de la “realidad objetiva” sino de la realidad creada por el propio medio a partir de los modos que le son propios: ni totalmente realistas ni totalmente ficticios. Esto se refuerza a partir de la instauración de un régimen de hipervisibilidad como nueva forma de ver: se satura el espacio de representación visibilizando los aspectos más íntimos, la supuesta cotidianidad, el modo “real” en que vive la gente. Esto se expresa tanto en los informativos como en los *reality shows*, los *talk shows* o en programas cuyo fin es “mostrar la realidad” al estilo “Policías en Acción” o “Calles Salvajes” entre otros. Se trata de lo que algunos autores (Casetti (1988), González Requena (1995) Vilches (1995), entre otros) han denominado “televisión verdad” o *televerdad* comprendiendo por tales a aquellos que ofrecen una *presentación dramática* o *puesta en escena*, de determinadas realidades públicas o privadas, a partir de la declaración o de la confesión, de la transmisión o reconstrucción de los hechos, o a partir del debate (Mondelo y Gaitán: 2002). Estas nuevas formas “definen un nuevo contrato comunicativo que acerca el espectador a la realidad representada de modo paradójico: si la realidad a través del medio aparece como más cercana, es al mismo tiempo más virtual. La hipervisibilidad televisiva se sitúa más allá del realismo: es una ‘oferta de realidad’ con un componente imaginario fuerte” (Imbert, 1999:3).

Ahora bien, como plantean Cavicchioli y Pezzini (1995), esto no significa que las audiencias desconozcan el carácter mediático de su exposición a este medio, sin embargo, la influencia o sugestión del medio se apoya en la identificación y la empatía o, como se podría agregar a partir de este trabajo, en la construcción del miedo y la estigmatización a partir de la

identificación, en este caso, con la potencial víctima. En este sentido, se podría plantear que esta hipervisibilidad televisiva encierra un imaginario del miedo a partir de lo que Barbero y Rey (1999) identifican como “retórica del directo” que genera en el espectador la impresión de estar compartiendo un acontecimiento gracias a su visibilización, ya se trate de un accidente, una catástrofe, un delito o una pelea callejera, adentrándose en el sufrimiento y el horror de las víctimas e identificando a los potenciales enemigos. Como se expresó anteriormente, esta hipervisibilidad es fundadora de una hiperrealidad propia del medio televisivo de carácter híbrido: ni puramente objetiva ni totalmente ficcionada, cuya figura mediadora es el reportero o el presentador e incluso el espectador en algunos *reality shows* o juegos-concursos.

Siguiendo a Mondelo y Gaitán (2002), es posible identificar distintas formas de la *televerdad*: aquélla que se produce en el escenario mediático, la *televerdad-verdad*, en la que se intenta llevar a los protagonistas al *plató* de la televisión, donde se escenifica, se da cuenta o se debate “en directo” acerca de una realidad determinada, mediada por el periodista o presentador. En ella se podrían incluir los *programas de testimonios*, los *talks shows*, los *relatos de vida*, etc. Otro caso es el de la *televerdad de debates* que, a partir de un tema genérico que suscita polémica o es novedoso, reúne a una cantidad de sujetos que presentan sus posturas e intentan esclarecer la situación. En diversidad de *magazines* y *reality shows* se encuentran manifestaciones de esta *televerdad* con diversos grados de crudeza. Por último, e importante para este trabajo, es la clasificación de la *televerdad en entornos naturales mediatizados* o *televerdad-realidad* cuyo entorno principal ha de ser un ambiente de vida cotidiana, al que se desplazan los presentadores y los medios técnicos, y en el que se reproducen –ya sea en directo o diferido– los marcos de desenvolvimiento de los sujetos, sus acciones o interacciones grupales (ya sea espontáneas o dramatizadas). En estos ambientes naturales mediatizados, se suele desarrollar el “*docudrama* o forma de *telerrealidad*” (Mondelo y Gaitán, 2002:6), que puede incluir diversas variantes en función del conocimiento que tengan los sujetos sobre su rol de sujetos televisivos y que autoricen, o no, la emisión. Es decir, se podrán llevar a cabo programas con cámara oculta o programas de retransmisión o crónica de episodios o pasajes de la vida cotidiana o íntima, que requiere del conocimiento y autorización *a priori* de los sujetos.

Considerando lo planteado, es posible sostener que el éxito de la *televerdad* se basa en ofrecer veracidad y credibilidad. En este caso, “la verdad se produce por el ejercicio efectivo de la palabra y de la imagen a través de procedimientos por los cuales se afirma o se niega lo dicho. La verdad es una cuestión subjetiva, no hay mediador de la verdad porque ésta no se

delega, sino que está presente en el protagonista narrador del relato” (Vilches, 1995:61). Ahora bien, este “efecto realidad” no es otra cosa que una realidad mediada basada en la “hipertrofia de la representación” (González Requena, 1995: 76) que sigue una lógica de la simulación, en la que el modelo precede al hecho, es decir, no se trata de interpretar falsamente la realidad sino de actuar como si la realidad ya no fuese necesaria (Baudrillard: 1984).

En este sentido, es posible plantear que, a diferencia de las formas culturales de la modernidad en las que se privilegiaba el discurso escrito, racional, el distanciamiento con el objeto cultural, el principio de realidad; en la postmodernidad se privilegia el discurso visual, la emoción o el inconsciente, el principio del placer, la inmersión del espectador en el objeto, el efecto y el sensacionalismo. Este proceso, que Lash (1988) denomina *des-diferenciación* puede apreciarse en productos culturales como la *televerdad* y que, como tal, cumple una función reproductora del orden social y de los dispositivos del neoliberalismo. Así, basándose en contenidos que nunca son innovadores, críticos ni subversivos, por el contrario, contienen una fuerte carga estigmatizante y ponen el énfasis en la espectacularidad, estos programas contribuyen a “la estabilidad general de este orden con el recurso a la publicidad de aquellas medidas correctoras o asistenciales que cabe aplicar a los casos particulares” ((Mondelo y Gaitán, 2002:11).

3. Los jóvenes y las narrativas mediáticas: la mirada de “Calles Salvajes”

Como plantea Da Porta (en Rey y Rincón: 2008), los medios de comunicación argentinos, especialmente aquellos géneros televisivos cercanos a la crónica policial, son productores de identidades juveniles marginadas y estigmatizadas. La autora sostiene que, desde la crisis político-institucional de 2001, momentos en que la pobreza y la marginación social alcanzaron visibilidad pública, emergieron dos narrativas: una de índole represiva y autoritaria; otra de índole reformista-correctiva que, si bien son contrapuestas, a su vez son complementarias. Es a partir de estas narrativas que “el trabajo estigmatizador de los medios renueva en cada noticia y en cada ficción juvenil este *identikit* que identifica a los jóvenes con los potenciales enemigos de la sociedad a partir de rasgos físicos, lingüísticos y culturales” (Da Porta en Rey y Rincón; 2008: 163). Teniendo esto en cuenta, el objetivo de este trabajo es identificar las narrativas subjetivas hegemónicas que, desde el discurso televisivo identificado como *televerdad*, interpela a los jóvenes a partir del programa “Calles Salvajes”, contribuyendo a su constitución identitaria. En este sentido, se parte del supuesto de que la

teletecnodiscursividad mediática opera hegemónicamente, entendiendo la hegemonía como un discurso contingente, siempre amenazado, que implica luchas por la imposición simbólica, donde una “particularidad” asume la representación del todo (Laclau: 2002). Considerando esto, sería posible plantear que el rol de los medios resulta fundamental en la definición y articulación de los sentidos considerados legítimos y que permiten definir los “puntos nodales” en torno a los cuales van conformándose los órdenes subjetivos. De esta manera, se constituyen discursiva y contingentemente las subjetividades socialmente reconocidas (Da Porta en Rey y Rincón: 2008).

Partiendo de estas premisas es que se lleva a cabo el análisis del programa televisivo “Calles Salvajes”, emitido por América TV a fin de explorar los procesos de mediatización y constitución identitaria y subjetiva protagonizados por jóvenes de barrios marginales de Capital Federal y del Conurbano Bonaerense. Esto implica abordar un análisis ideológico, ante lo cual resulta necesario preguntarse, primero, qué se entiende por ideologías. Si bien existen diversas miradas sobre la cuestión, en un sentido general, y sin posibilidad de profundizar en el tema en este trabajo, es posible afirmar que las ideologías están definidas como “creencias sociales compartidas de grupos sociales específicos” (Van Dijk, 1999:392), entendiéndolas como un sistema de representaciones (imágenes, mitos, ideas o conceptos) que tiene existencia y que cumple un papel histórico en el seno de una sociedad.

Considerando esto, es posible plantear que los análisis que se centran en este tipo de comunicación buscan desentrañar las estrategias por medio de las cuales opera la ideología para imponer ciertas visiones del mundo y desprestigiar otras. Siguiendo a autores como Van Dijk (1999) y Thompson (1991), es posible identificar seis modos u estrategias mediante las cuales opera la ideología: la *legitimación*, la *unificación*, la *polarización*, la *fragmentación*, la *disimulación* y la *reificación*.

La *legitimación* puede ser entendida como un discurso que “justifica la acción ‘oficial’ en términos de derechos y obligaciones asociados con ese rol, política, social o legalmente. Por cierto, el acto de legitimación implica que un actor institucional cree o dice respetar las normas oficiales y, en consecuencia, permanece dentro del orden moral prevaleciente” (Van Dijk, 1999: 319). Estos discursos presuponen un juicio valorativo o moral y fundamentan los principios básicos de la legitimación interna del grupo estableciendo categorías sobre los criterios de pertenencia, los objetivos, la posición social, las actividades, las normas y valores de cada grupo, al tiempo que lo ubica en relación a otros grupos. De allí que se utilicen también estrategias de *deslegitimación*, ya se trate de la deslegitimación de la pertenencia, de las acciones, de los objetivos, de las normas y valores, de la posición social o del acceso a

recursos sociales de “los otros”. Así, cada grupo social que se perciba como desafiante del *statu quo* será deslegitimado en aquellas categorías que los identifiquen. Esto se puede ver muy claramente a través de las imágenes del programa cuando se construye una imagen de un barrio a partir del accionar de algunos grupos identificados como “problemáticos”. Así, por ejemplo, en la emisión del programa titulada “*Territorio Flores*”, puesta en el aire el 10 de enero de 2010, el periodista Martín Ciccioli entrevista a una mujer que atiende un kiosco en la estación de Flores quien refiere que “*los chicos se dan con porro, duermen en la calle, en el andén, roban*”, a partir de lo cual el programa, desde un discurso visual y auditivo, refiere a jóvenes en situación de riesgo para sí y para los demás, intentando mostrar el “descontrol” que se vive en las calles de esta zona de Flores, especialmente de noche. El programa está estructurado en torno a una serie de eventos que expresan “cómo se vive en el lugar”: desde la imagen en una estación de servicio, donde un grupo persigue a un chico al que, cuando lo alcanzan, le pegan, sin que nadie intervenga y mientras el periodista pone las cámaras y micrófonos reduciendo su intervención a entrevistar a las partes; pasando por la “entrevista” llevada a cabo con chicos de la calle en la plaza Flores a quienes se les pregunta: “*hay chorros, putas?*”, a lo que la interlocutora le responde “*...y sí, chorros hay, trolas también hay*”. En momentos en que el periodista está en un bar de la estación con dos chicos muy jovencitos, casi niños, a quienes compra empanadas para comer, es advertido por un supuesto “informante” de la policía quien lo interpela con un “*¿qué querés con los pibitos?*”, para explicar luego que él es conocido como delincuente pero en realidad está infiltrado. Dada su “condición de encubierto”, el sujeto pide que no lo filmen porque “*me pueden matar*”, frente a lo cual el equipo periodístico simula que apaga la cámara (simplemente la baja o realizan tomas desde lejos), mientras el sujeto le advierte al periodista Martín Ciccioli sobre el peligro al que se está exponiendo en esa zona porque “*allá (señalando) hay pesados, grosos*” y la zona es peligrosa porque “*acá todos roban, desde ahora (10 de la noche) hasta las 2 o 3 de la mañana (porque) el paco está en todos lados*”.

Ahora bien, la *deslegitimación* alcanza también a otros grupos, como por ejemplo, los homosexuales, a partir de la utilización de diversos recursos, entre ellos la ridiculización. En este sentido, resulta elocuente la emisión del programa titulada “*Nuestra despedida de solteros*” del 14 de diciembre de 2010, en el contexto de la promulgación de la ley de matrimonio igualitario. En dicho programa, bajo la pátina de mostrar nuevas situaciones sociales, se esconde la burla, el estereotipo, la ridiculización gracias al recurso televisivo de los subtítulos, los ruidos (por ejemplo, maullidos), las situaciones a que los exponen, como ir a la calle, desfilar, bailar (con risas de fondo), parodiar el casamiento rodeados de personas

que aplauden y cantan “*tan, tan, tatán, tan, tan tatán.....*” con un subtítulo que dice: “*Padre Ciccioli*”, mientras el beso de dos gays es mostrado con morbo, como si se tratara de algo grosero. Toda esta situación culmina con que la producción consigue disfraces para la pareja: para uno de ellos He-Man, presentado con imágenes y sonido del dibujo animado, y un calzoncillo con trompa de Dumbo para el otro integrante de la pareja, también reforzado por la imagen del *cartoon* pero mucho más agresiva ya que, como esta persona es algo obesa, se edita con la imagen de un elefante con la trompa levantada (y el ruido consecuente), persiguiendo un juego de doble sentido, muy bizarro, entre la obesidad, el calzoncillo de trompa y Dumbo. El reportaje incluye a los amigos de la pareja que también se disfrazan (de Lady Gaga, de cowboy, etc), con música de fondo, invitación a bailar el “pasito del verano” en la calle, el soplado de velitas (con diseños fálicos) por parte de los novios y aplausos de los presentes. Finalmente, el periplo concluye con un paseo en limusina, una caminata por la calle Corrientes, comentando el casamiento con turistas y compatriotas, la llegada a un boliche donde conversan con el *barman*, para culminar el programa con la pareja semidesnuda, atada a la reja del obelisco como imagen final.

Como puede verse a partir del análisis realizado, estas estrategias presuponen valores, normas e ideologías que se presentan como universales o ampliamente aceptadas por la sociedad, que se enfrentan, por contraposición, a las de otros grupos considerados “distintos”, “peligrosos”, “indeseables”, quizás “redimibles”, pero siempre “otros”. Así, mientras las estrategias de *deslegitimación* presuponen poder y dominación, el discurso dominante basa su legitimidad en la autoridad y el prestigio. En este sentido, el ejercicio del poder ideológico por parte de los medios está basado en la legitimidad otorgada “por el control sobre los criterios de verdad, como la información, evidencia y pericia. Si no hay contraevidencias, contrapericias o información alternativa disponibles por parte de sus opositores, ese discurso de elite es autolegitimado por su exclusivo acceso a recursos simbólicos como el conocimiento autorizado y la opinión” (Van Dijk, 1999: 327).

Vinculada con la anterior se presentan otras tres operaciones ideológicas: la *unificación*, la *polarización* y la *fragmentación*. En efecto, la primera es una estrategia a través de la cual se intentan construir símbolos de unidad. La referencia a un “problema común a todos los argentinos” resulta un claro ejemplo de este mecanismo, como puede verse a partir de imágenes en que se señalan barrios donde “*ya no se puede vivir tranquilo*” (“*Territorio Flores*”); o a partir de peleas callejeras entre jóvenes, como por ejemplo la emisión titulada “*Plazas Peligrosas*” del 12 de junio de 2010. El problema de los barrabravas se muestra, por ejemplo, desde la tribuna de una barra como la de Lanús (“*Territorio*

Granate”, 26/09/2011) o compartiendo un asado con viejos líderes de barras como la Guardia Imperial (Racing) o la barra de Almirante Brown (“*Asado barrabrava*”: 11/04/2011) en el que, a través de las entrevistas a los protagonistas, se intenta comparar a las barras de antaño con las actuales, a fin de mostrar la pérdida de códigos, el aumento de la violencia, la relación distinta con la policía. Resulta importante destacar, en el sentido que se ha venido trabajando en este estudio, que la identificación de zonas o barrios considerados “peligrosos” se expresa a través del lenguaje, por ejemplo, con la utilización de la palabra “territorio”. En este sentido, es posible plantear que la “territorialización” refiere a la zona de influencia de los grupos identificados como una alteridad peligrosa: ya se trate de jóvenes de la calle, delincuentes o prostitutas (“*Territorio Flores*”), de una zona considerada “tierra de nadie” en manos de narcotraficantes y drogadictos como “*Territorio el docke*” en referencia al Barrio de Dock Sur, en Avellaneda (emitido el 20/07/2012), o de barras bravas del fútbol (“*Territorio Granate*”), zonas donde estos grupos ejercen su poder y donde el “nosotros” se encuentra “especialmente” vulnerable y desprotegido. Asimismo, la alusión al “asado” es utilizada en aquellos programas en las cuales, generalmente el conductor, Martín Ciccioli, conversa con representantes de algún grupo en particular, ya se trate de barras bravas (“*Asado barrabrava*”) o de travestis (“*Asado travesti*” del 1/06/2012). En estos casos, se opera *fragmentando*, ya que se establece la clara división entre el “nosotros” y el “ellos”, esos “otros” cuyas vidas reflejan una realidad muy distante de la representación colectiva, al tiempo que el propio accionar de los medios se legitima al mostrar desde la intimidad, desde lo cotidiano, esa “realidad”.

En este sentido, como las ideologías se articulan en y entre grupos, se debe tener en cuenta como función primordial, muy importante en los casos analizados, la *polarización*, a través de la cual el discurso, al tiempo que identifica un “nosotros” frente a un “ellos”, construye ciertos símbolos de unidad entre los miembros del grupo. “Ellos” son siempre “negros”, del conurbano o zonas consideradas “peligrosas” de Capital Federal, jóvenes, drogados o alcoholizados, violentos, sin educación, sospechosos de alguna actividad ilícita; en definitiva, “perdidos”. Por contraposición, el “nosotros” está implícito en el mensaje televisivo: la “gente de trabajo”, con valores, que quiere “vivir en paz”. Siguiendo a Bauman, es posible plantear que estas narrativas mediáticas estigmatizantes, propias del neoliberalismo, renuevan la lógica por la cual “ellos siempre son demasiados. “Ellos” son los tipos de los que debería haber menos o, mejor aún, absolutamente ninguno. Y nosotros nunca somos suficientes. “Nosotros” somos la gente que tendría que abundar más” (Bauman citado por Da Porta, en Rey y Rincón: 2008: 164).

Esta forma de operar de la ideología se corresponde con la *fragmentación*, modo por el que se intentan mantener las relaciones de dominación a través de la movilización del sentido en forma tal que divida a los grupos y coloque a los individuos y grupos en oposición recíproca. La ideología neoliberal suele utilizar este mecanismo al presentar al “otro” como enemigo común, o en la apelación a los procesos de individuación en desmedro de todo aquello que remita a lo colectivo ya que, en ninguno de los casos analizados, puede advertirse algún análisis desde lo estructural, desde lo social: la cámara aparece como “testigo objetivo” de situaciones que simplemente “ocurren” y que se “muestran” como “realidad” al espectador.

Es así que la ideología opera también a través de la *disimulación*, cancelando, obscureciendo o negando las relaciones de dominación, por ejemplo, al describir los procesos sociales o acontecimientos poniendo de relieve ciertos rasgos en detrimento de otros. Vinculado a este modo de operación ideológica se puede identificar la *reificación* la cual implica mostrar un estado de cosas transitorio e histórico como si fuera permanente, natural, fuera del tiempo, encubriendo las relaciones sociales en las que tiene lugar. Un ejemplo elocuente en la ideología neoliberal es el llamado a que *los hechos hablen por sí mismos*, en este caso, a través del lente de una cámara. Sumado a esto, resulta frecuente la referencia a la inexistencia de alternativas o a la imposibilidad de cambiar el curso de los acontecimientos. En este sentido, en la emisión titulada “*Territorio el Docke*” (30/07/2012), Martín Ciccioli comienza el programa diciendo: “*estamos en uno de los barrios más picantes... ,barrio de guapos...,barrio de malevos*” para dar lugar a una serie de imágenes en edición de noticieros que dan cuenta de allanamientos, incautación de droga, policías arrestando a narcotraficantes, lo que incita a la asociación del barrio con una zona de tráfico de estupefacientes. De esta forma se construye la imagen de una zona que “siempre ha sido difícil”, *disimulando* los problemas sociales del barrio, *reificando* una situación histórica, naturalizándola. Esto se refuerza con imágenes en edición mientras se habla con algún vecino: se muestra el Riachuelo, con música alusiva, mientras se le consulta a un joven por las manchas en su ropa; o se edita el paso de otro joven en silla de ruedas por una calle destruida con música de “Misión Imposible”. Mientras una vecina dice que “*esto es tierra de nadie*”, un remisero comenta a la periodista “*estos (refiriéndose a los jóvenes del barrio) no quieren rescatarse, ¿qué le pueden sacar a un remisero?*”. Como respuesta, la periodista lo interpela preguntando “*¿por portación (sic) de cara es que llevás a la gente?*”, frente a lo cual responde “*no, por olor*”, dando cuenta de que su perro detecta el olor a “porro” en las personas. Esto no sólo refuerza la asociación del barrio con la droga, o la de ciertos atributos físicos con la “peligrosidad”, sino que la edición del programa utiliza como recurso la imagen de diversos

perros mientras la placa destaca la letra de la canción de fondo: “*sangre azul lleva el noble animal...*” La pregunta, y la velada asociación, que surge a partir de este discurso es, si el animal es noble, los jóvenes a quienes se están refiriendo ¿serían animales?.

Una mención particular merece el tratamiento que de la mujer hace este tipo de programas. Un ejemplo de ello es la emisión titulada “*Lavadero Hot*” (31/05/2011) en el que, luego de la presentación de Martín Ciccioli diciendo “*los autos y las mujeres son una combinación que está en la cabeza del marketing, bienvenidos al lavadero hot*” se muestra la imagen de tres chicas vestidas con *culottes* blancos y corpiño de malla naranja pasándose espuma por el cuerpo mientras lavan un auto al estilo de un show erótico. La notera le pregunta al dueño del lugar y a los empleados si piensan que habrá más propinas si son mujeres las que lavan, a lo que responden que sí. Luego le propone al dueño que tres chicas hagan el trabajo, asesoradas por los empleados, lo cual es aceptado y, al mostrarle quiénes serán las chicas y su atuendo, el dueño lo aprueba con la única salvedad de que utilicen las botas de goma para evitar alguna caída. El programa se desarrolla a partir de la interacción de las chicas con los empleados y clientes, a quienes lavan el auto de forma muy sensual, jugando con la espuma, con las posiciones eróticas que la cámara toma, con primeros planos del cuerpo de las chicas, fundamentalmente su cola y pechos, y con un juego de seducción hacia los clientes. La idea que se transmite es que las mujeres ya ocupan puestos en lugares típicamente masculinos, como las estaciones de servicio, lo que se refuerza con imágenes de chicas en calzas y shorts atendiendo los surtidores, por lo que bien podrían trabajar en lavaderos. El discurso, en realidad, estereotipa a la mujer al convertirla, no en una trabajadora, sino en un objeto deseable, consumible, que debe utilizar su cuerpo para seducir como único medio para lograr, no sólo un trabajo, sino mejores propinas.

Si la posibilidad de trabajo pasa por el cuerpo y la actitud, la prostitución también es un buen eje para trabajar en el programa, especialmente si se asocia a la prostitución en boliches, como es el caso tratado en “*Paseadora Hot*” (15/11/2011) cuya presentación en pantalla es “*De día es paseadora de perros* (con la imagen, en primer plano, de una joven en un parque levantando con una bolsita la materia fecal del perro mientras mira a cámara), *de noche, modelo hot* (mostrando a la misma joven bailando en un caño). La periodista la entrevista en el boliche donde la joven plantea “*soy muy caliente, me gusta el sexo, me gusta complacer, las posiciones...*” frente a lo cual le pregunta “*¿sos abierta sexualmente?*” y la respuesta es “*muy abierta, me gusta hacer de todo*”. “*¿Plata por sexo?*” “*Y si, obvio*”. Las imágenes acompañan el reportaje mostrándola vestida de enfermera, de colegiala, bailando en el caño. Una voz en *off*, del presentador del boliche, la “vende” como: “*¿Dónde dejaste el*

caniche? Ella es paseadora de perros, ella es paseadora hot". Mientras ella baila, el show se desarrolla con jóvenes que suben al escenario interactuando en un show erótico hasta que sube una chica que se menea y danza con ella, con la voz del presentador en *off* que dice "*ella es un gato*", que acompaña la edición del programa con la imagen de un gatito y el maullido correspondiente. Con esta última joven también habla la periodista, quien comenta que es bisexual mientras sostiene que "*es un laburo (sic) que se paga bien pero no es fácil* (refiriéndose a la prostitución) *porque no conocés a la persona, te acostás con cualquiera*".

Como surge del análisis, la imagen de las mujeres está estrechamente vinculada con la utilización sexual de su cuerpo como medio de vida, convirtiéndolas en objetos deseables y, por ende, consumibles. Ahora bien, en el caso de las modelos, la imagen que transmite el programa es diferente según el lugar de pertenencia de las jóvenes: mientras en sectores medios o altos es una actividad con *glamour*, en sectores más desfavorecidos del Conurbano bonaerense aparece vinculada al trabajo en boliches, con una fuerte carga peyorativa, como puede verse ya desde el título de la emisión "*Modelos del conurbano*" (2/09/2009). Con la imagen de fondo de jóvenes que desfilan en un boliche, y a partir de la entrevista a una de ellas, se imprimen en pantalla *tips* de todo aquello que debe hacer una "modelo del conurbano" para vivir: bailar en el caño, desfilan en tarima, ir a eventos o a despedidas. Mientras se les pregunta a las chicas qué deben hacer para vivir, a lo que responden "*todo depende de lo que el cliente quiera*", entre otras cosas "*y...las chicas pulposas*", se muestran imágenes de jóvenes coqueteando con los clientes a quienes se les pregunta "*¿qué tiene una modelo del conurbano que no tenga una de alta costura?*", a lo que el cliente responde "*y...,buena onda*". Frente a esto, se podría plantear que el discurso *disimula* una realidad totalmente distinta a la presentada: detrás del "modelaje" se esconden formas de explotación sexual. La imagen acompaña esto con un videograf que dice "*las modelos del conurbano hacen de todo, también body painting*", mostrando cómo los cuerpos desnudos de las chicas son pintados mientras se les consulta a quienes pintan cuánto cobran por ello, a lo que responden "*entre \$300 y \$500*". Todo esto ocurre en Ramos Mejía y, a las 2,30 hs., la periodista sale a la calle con las modelos quienes, como único atuendo, tienen su cuerpo pintado con la técnica del *body painting*, mientras la cámara enfoca a los autos y la actitud de los hombres frente a las chicas. La periodista consulta a los automovilistas y motociclistas: "*qué les querés hacer*"; "*un poquito de todo* o "*la despinto con la lengua*", son algunas de las respuestas. Incluso se acercan a un patrullero, la periodista le pregunta al policía si vieron a las chicas, a lo que responde que no y, al consultarle si las quieren ver, el policía alza los hombros mientras, en edición, le ponen colmillos en su boca.

Sin abundar en más detalles, esto basta para ver no sólo el tratamiento que se da a las mujeres sino cómo el pertenecer a una zona u otra también cambia la evaluación que se hace del contexto y de las personas. En este sentido, en la misma emisión, ya en la calle, la periodista se encuentra con muchachos jóvenes a la salida del boliche en situación de ebriedad o drogados, que no cuentan con dinero para el colectivo o que directamente no pueden levantarse de la calle, mientras a otros les pregunta si trabajaron ese día, cuánto gastaron en el boliche o cuánto alcohol tomaron. Las imágenes remiten a un problema que aparece asociado exclusivamente con una zona del conurbano, con una clase social baja, como si la “realidad” de Ramos Mejía fuera exclusivamente eso que está mostrando la cámara, instalando la idea de que la noche está “tomada” por “indeseables”, por “adictos” o “violentos” y que es un “descontrol”.

El otro aspecto a analizar en el tratamiento de la mujer es el de las “peleas callejeras”, como puede verse en la emisión “*Plazas peligrosas*” (12/06/2010) en que se muestra a dos chicas en plena pelea, agarrándose de los pelos, gritando “*dale, levantate puta de mierda*”, donde la cámara hace foco en las chicas sin importar que aparecen dos hombres en escena. La cámara toma de cerca el pico de botella que una de ellas tiene en su mano y con el que amenaza a la otra, mientras el público, alrededor, mira o filma con sus celulares, sin intervenir. Terminada la pelea, mientras la agredida queda llorando en el piso, se acerca un policía de civil que le pide a la agresora que se retire unos metros, mientras intenta ver qué ocurre hablando con la pareja de la chica agredida, uno de los hombres que había intentado intervenir. Resulta interesante que los policías que aparecieron, no sólo dispersaron al público al amenazarlos con “*ahora me van a dar los DNI para salir de testigos*” sino que, con la cámara supuestamente apagada, un policía le dice al periodista “*tienen que tener cuidado, con la cámara se ponen peor*” dando cuenta de que la presencia de cámaras modifica la actitud de las personas: les da una “fama” efímera, los envalentona, oficia de “espectador” de los hechos sin intervenir para resolverlos o para prevenir males mayores. En el caso de las peleas femeninas se genera un condimento mayor: jugar con el doble sentido del supuesto “erotismo” de dos mujeres peleando, sobre todo si pelean por un hombre, donde existe la identificación del telespectador con el “macho” disputado; al tiempo que se muestra cómo la mujer ha transgredido los “valores tradicionales” y no cumple con las expectativas de rol de ser sumisas, discretas, suaves, educadas. Sin ningún tipo de análisis de la situación, desde este discurso, se estigmatiza a las mujeres de sectores populares al mostrarlas como violentas (tanto como los hombres y aún peor visto por tratarse de una mujer), insensibles al dolor ajeno, mal habladas (ya que gritan e insultan) y sin respeto a ninguna autoridad; al tiempo

que, en lugar de generar la identificación del público con la víctima de la agresión, se genera miedo y rechazo.

4. Reflexiones finales

Si una de las funciones cognitivas de las ideologías es la de organizar las representaciones sociales de un grupo, es posible plantear que la telediscursividad cumple una función especial tanto en la expresión, la implementación, como también la reproducción de las ideologías dado que el lenguaje –textual, auditivo y visual-, al tiempo que recurso y creación, es una forma de producción y, fundamentalmente, de reproducción del mundo social.

De esta forma, la producción ideológica del discurso es un proceso social y cognitivo complejo que expresa las representaciones sociales de un grupo a partir de modelos personales que los miembros de éste se forman de los acontecimientos sociales. Estos modelos mentales son representaciones que determinan las prácticas sociales de control, incluidas la producción y composición del discurso, generando “modelos de identidad” desde los cuales, gracias a los procesos de identificación, los sujetos van constituyendo una “experiencia de sí” y del mundo que los rodea. Como plantea Reguillo (2002), para pensarse a sí mismas, las culturas más poderosas requieren de la construcción de un “otro”, localizado, diferenciado, que delimite claramente un “nosotros” expansivo de sentido. Es así que la alteridad es pensada como “desviación”, tendencia que los medios hoy profundizan e intensifican ya que el paisaje mediático reconfigura el lugar de pensar al otro, reforzando la estabilidad simbólica que otorga la certeza del “nosotros” frente al “ellos” y permitiendo que “junto con la representación oficial del otro se filtren las visiones y versiones de las que esos otros son portadores” (2002:60).

Ahora bien, hablar de representaciones o significaciones dominantes no significa que desde los medios se determine cómo los hechos serán significados sino hablar del trabajo necesario para reforzar, ganar plausibilidad, dirigir como legítima la decodificación de un hecho dentro de los límites dominantes en los cuales ha sido significado (Hall: 2004). En la actualidad es posible plantear que la función de los medios de comunicación, especialmente la televisión, consiste en enseñar a los teleespectadores a descifrar, a partir de su propia construcción, el relato de una otredad monstruosa a través de diferentes géneros y estrategias narrativas a partir de las cuales se identifica a ese “otro”. Desde esa construcción, “conurbano bonaerense” es sinónimo de marginalidad, delincuencia, inseguridad; mientras que la

“nocturnidad” es sinónimo de descontrol, abuso y riesgos. En ese contexto, ser “joven” y “pobre”, significa adentrarse en las aguas de la peligrosidad asociada a la delincuencia, la droga, al abuso de alcohol y a la violencia y, por lo tanto, el joven se constituye en una amenaza constante para la gobernabilidad. Por su parte, ser “mujer joven y pobre” se asocia, por un lado, a la “vida fácil”, léase promiscuidad o erotismo exacerbado; y, por otro, a la violencia que ejercen o es ejercida en ellas en tanto jóvenes marginales.

En definitiva, el discurso televisivo se construye a partir de la combinación de dos tipos de discurso: el visual y el auditivo y la aparente fidelidad del hecho representado es el resultado de una articulación del lenguaje sobre lo “real”, es decir, es resultado de una práctica discursiva. En este sentido, como plantea Hall (2004) ciertos códigos se encuentran tan distribuidos en el lenguaje que pudiera parecer que, sociológicamente hablando, no están contruidos, pero es ese mismo reconocimiento de “naturalidad” el que le otorga el efecto ideológico de ocultar las prácticas de codificación que están presentes. Es así como el poder y las ideologías remiten los discursos particulares a los “mapas de significados” en los cuales cualquier cultura está clasificada y que responde a los intereses de los bloques dominantes.

Bibliografía

BARBERO, J. M. y REY, G. (1999) *Los ejercicios del ver*, Barcelona, Gedisa.

BAUDRILLARD, J. (1984) *Cultura y simulacro*, Kairós.

CABRA, N (S/D) *Para hacerse joven* en libro “Inventudes”, www.sedbogota.edu.co/viavirtual, Secretaría de Educación de Bogotá, Colombia.

CASETTI, F. (1988) *el pacto comunicativo en la neotelevisión*, Valencia, Eutopías.

CAVICCHIOLI, S. y PEZZINI, I. (1995) *La televerdad en Italia. Un complejo territorio*, Telos, 43, 105-113.

DA PORTA, E. (2008) *Jóvenes, exclusión y mnarrativas mediáticas: el rostro del delito* en Rey, G. y Rincón, O. (editores) “Más allá de víctimas y culpables (relatos de experiencias en seguridad ciudadana y comunicación), Doc nº 6 FES-CD, bogotá, Centro de competencia en comunicación para América latina Friedrich Ebert Stiftung.

DEAN, M. (1999) *Governmentality. Power an rule in modern society*; Londre, Sage.

ESCOBAR, M. (2009) “Young people: signified bodies, studied subjects”, en *Nómadas*, Enero-Junio, no.30, p.104-117, Universidad Central, Colombia.

- FOUCAULT, M (2006): *Seguridad, territorio y población*. Fondo de Cultura Económica. México.
- FOUCAULT, M. (2007): *Nacimiento de la biopolítica*. Fondo de Cultura Económica, México.
- GONZÁLEZ REQUENA, J. (1989) *el discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*, Madrid, Cátedra signo e Imagen.
- HALL, S (2004) *Codificación y descodificación en el discurso televisivo*, en “Cuadernos de Información y Comunicación N° 9 pp.210-236, London, Hutchinson. Traducción de Ana Segovia y José Luis Dader
- IMBERT, G (1998) *La intimidad como espectáculo: de la televerdad a la telebasura* en “Revista de Occidente, n° 201, febrero.
- IMBERT, G. (1999) *La hipervisibilidad televisiva: nuevos imaginarios/nuevos rituales comunicativos*, Madrid, I Jornadas sobre Televisión.
- LACLAU, E (2002) *La comunicación política*, en deSignis n° 2.
- LACLAU, E. Y MOUFFE, CH. (1985). *Hegemonía y estrategia socialista*. Siglo XXI, México.
- LASH, S. (1988) *Discourse or figure. Posmodernism as a Regime of signification*, en “Theory, Culture & Society, vol 5.
- MC COMBS, M. y SHOW, D.: (1986) “¿Qué agenda cumple la prensa?” en GRABER, D. (comp. *El poder de los medios en la política*, Buenos Aires, Grupo Editor Latinoamericano.
- MONDELO, e y GAITÁN J. A: (2002) *La función de la televerdad*, en revista “Telos”
- MONZÓN, C. (1996) *Opinión pública, comunicación y política. La formación del espacio público*, Madrid, Editorial Tecnos.
- REGUILLO, R. (2002) *El Otro antropológico: Poder y representación en una contemporaneidad sobresaltada*, en revista análisis n° 20 (63-79), Barcelona.
- ROSE, N y MILLER, P (1992) “Political power beyond the state: problematics of goverment” en British Journal of sociology, Vol 43 pp 173-205.
- ROSE, N (1999) *Powers of freedom. Refraining political thought* Cambridge, Cambridge University Press.
- SCHMITT, N (2010a) “*La intervención de los dispositivos de seguridad y la racionalidad neoliberal. Análisis comparativo de los casos Bulacio, Cromagnon y Castellucci*”, ponencia presentada en el Primer Congreso Internacional Extraordinario de Ciencia Política, San Juan, Argentina.

THOMPSON, J. (1991) “La comunicación masiva y la cultura moderna. Contribución a una teoría crítica de la ideología” en Revista *Versión. Estudios de Estudios de comunicación y política*, Nro. 1, Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Xochimilco, México

VAN DIJK, T. A.: (1999) *Ideología. Una aproximación multidisciplinaria*, España, Gedisa Editorial.

VILCHES, L (1995) *La televerdad*, Telos 43, cuaderno Central, 54-62.